

证券代码：002570

证券简称：贝因美

## 贝因美股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：20220008 号

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	信达证券 马崢；华鑫证券 孙山山；天风证券 任金星、冯珏玮；申万宏源 严泽楠；中邮理财 胡泊；中航证券 裴伊凡、郭念伟；千合资本 魏维楠；中信建投 陈志宇；银河基金 施文琪；浦银安盛基金 王爽；摩根华鑫 苏香；华泰证券 张墨、王可欣；国海证券 王尧；民生证券 胡慧铭；德邦证券 花小伟、韦香怡、成浅之；汇华理财 游彤煦 等……
<b>时间</b>	2022 年 11 月 1 日
<b>地点</b>	电话会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书 李志容 投资者关系总监 潘益平
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>【董事会秘书就公司 2022 年三季度经营情况进行了简要介绍】</b></p> <p>公司经营策略在 2022 年 1-9 月得到了有效执行，前三季度实现营业收入 24.17 亿元，较上年同期增长 45.78%；实现净利润 4,424.97 万元，较上年同期增长 14.19%；扣非后净利润达到 1,877.79 万元，较上年同期实现扭亏为盈，同时，公司经营性现金流获得了大幅改善，这也使得我们有底气进行股份回购并实施相关股权激励计划。以上数据也表明公司向数智化、新零售方向的转型是正确的，公司的策略是有效的。</p> <p>目前，公司依然在全力按照经营管理改善路线图有序推进各项工作。营销方面加大空白商圈拓展力度，与客户一起探讨、提升已覆盖商圈的</p>

生意规模，强化新用户的获取及会员的运维，提升客户满意度和忠诚度。公司现有产品对应的渠道可以说是全渠道、全域营销。线下有包销渠道、全国总代渠道、各区域经销渠道，总部直供终端的渠道。线上传统渠道，如京东、天猫、拼多多等等，新电商渠道有小红书、抖音、快手及公司自有的直播渠道。同时公司也在尝试全员营销体系的构建，包括美妈体验官分销模式的探索。我们总体的营销策略方向是彻底的用户思维，用户在哪里，我们就要到哪里，主动获取、识别用户，并做好会员的运维和互动，更方便、快捷地满足用户个性化、差异化的需求。组织方面持续优化组织设置、提升组织整体运行效能，资源投入向一线倾斜，通过股权激励等薪酬机制的改革不断激发团队潜能、提升凝聚力和战斗力。同时，公司持续强化投入产出评估的费用投放管控原则，精细化管理以实现投入产出的良性循环。本期公司毛利率有所下降主要系二次配方注册将于2023年2月实施，终端市场竞争激烈，公司对部分品类主动让利渠道抢占市场，以及原辅料成本上升、业务结构有所改变所致。

#### 【投资者问答】

##### 1、三季度营收增长原因和构成？

答：公司今年的主营业务和创新业务都呈现较好的增长势头。主营业务中的可睿欣、特殊医学配方奶粉及儿童奶粉同比均有较好表现。创新业务（包括ODM、OEM、品牌授权等）也有较好增长表现。

##### 2、创新业务的发展方向如何？

答：创新业务主要围绕母婴生态圈的构建，从有利于增强公司上游话语权，增加用户粘性，降低获客成本，提升客单价、客总价角度，尝试探索主营业务以外的一切生意机会，包括不限于品牌授权、ODM、OEM等所有其他可能有助于公司生意发展的业务。在不影响主营业务的情况下，如果创新业务能够带来新的可持续的增长点，我们都会去把握机会，力求为公司的发展探索、培育出新的可持续的增长点。

### 3、公司股权激励目标如何实现？

答：首先是营销，公司在主营业务上通过差异化的品类和数智化的运行模式、体系快速抢占空白商圈。目前新零售模式下可睿欣的合作门店中，新合作门店有 2/3。同时通过差异化的策略提升已覆盖商圈的生意规模，赋能终端门店提升获客能力和客户运维能力。同步公司也强化了新客的获取和用户的运维策略的有效性，更关注会员的互动及客单价客总价的提升。其次是通过股权激励的实施解决团队的驱动力问题，提升团队的凝聚力和战斗力。公司已实施的期权激励对象都是承担业绩指标的业务人员，实现个人超额报酬与公司高业绩目标的绑定。接下去公司还将尽快启动对非业务人员的岗位价值梳理，梳理完成后将尽快启动业务支持人员的股权激励，以助力业绩目标的顺利达成。第三是提高公司运行管理效率，实现更好的投入产出良性循环。在当下疫情仍然多点散发，二注切换在即，从原料供应保障到生产组织、销售物流等，都需要更精细的运行筹划、执行到位和快速响应。我们需要在大家都面临挑战的时候做得更好一些，更快一些。相比之前，公司对精细化运行管理体系的建设更为重视，确保运行效率的提升。

### 4、可睿欣的竞争策略及竞品情况？

答：可睿欣的销售模式就是公司目前重点推进的新零售模式，有别于传统的销售模式。其优势在于，首先产品力强，对于消费者而言，可以获取更高性价比的产品和服务。可睿欣的功能非常显著，复购率非常高。其次，终端店可以获取高额的利益回报，驱动力强。第三是公司的品牌力强，合作方和消费者都有较强的品牌信任度，这就让一些具备高毛利的小品牌也没办法竞争。第四，在线化、数智化的运行体系赋能整个价值链，将前后台数据完全打通融合，极大提高了整个价值链的运行效率。要同时具备上面几方面优势还是非常不容易的，有一定的门槛。由于公

	<p>司目前空白市场较多，这种方式可以有效助力公司拓展空白市场。</p> <p><b>5、公司产品配方的研发有些什么特点？二次注册产品什么时候上市？</b></p> <p>答：贝因美于 1996 年设立应用技术研究所，2010 年获浙江省科技厅批复成立贝因美研究院。建有浙江省高新技术研究开发中心、浙江省企业研究院、国家级博士后科研工作站等省部级以上研发机构。目前贝因美研究院已认定为国家高新技术企业。所以公司研发的产品可以针对不同宝宝的体质进行不同配方的研发，例如可睿欣就是针对过敏体质宝宝，有亲舒肠道的功能。</p> <p>公司非常重视新国标的实施及二次配方注册相关工作。目前新零售渠道的可睿欣已取得二次配方注册证书，二注新品将在近期上市。公司大单品爱加等多个配方已完成现场审查，其他系列的婴幼儿配方奶粉的注册工作正在顺利推进中。</p> <p><b>6、公司奶源进口、国标的比例分别是多少？</b></p> <p>答：公司奶源主要来自南北纬 45 度黄金奶源带，我们根据不同品类产品的生产需要，结合国内外市场价格，动态调整自有牧场、可控牧场和国际供应链的采购用料比例。</p>
<p><b>附件清单</b></p>	<p>无</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2022 年 11 月 1 日</p>